

**PERANAN UMKM DALAM MENGENGEMBANGKAN KULINER
TRADISIONAL UNTUK EKONOMI MASYARAKAT DI SULAWESI
SELATAN**

Oleh:

**Dr.H.Muhadjir Suni, M.Pd., dkk
Syahrial,S.Sos.,MAP.
Muhammad Musawantoro,S.Pd.,M.Pd.**



**JURUSAN HOSPITALITY
PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA BOGA**

**AKADEMI PARIWISATA MAKASSAR
(2015)**

KEMENTERIAN PARIWISATA

POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR

PENGESAHAN

TIM PENELITI : 1. Dr.H. Muhadjir Suni, M.Pd (Ketua)
2.Syahrial, S.Sos, M.AP (Anggota)
3. Muh. Musawantoro S.Pd, M.Pd (Anggota)

JUDUL PENELITIAN : PERANAN UMKN DALAM MENGEMBANGKAN
KULINER TRADISIONAL UNTUK EKONOMI
MASYARAKAT DI SULAWESI SELATAN

Makassar, Oktober 2015

Menyetujui Pembimbing



Prof. Dr. HAMKA NAPING, MA



Prof. Dr. St. HAERANI, M.Si

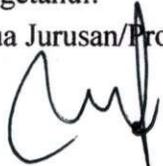
Mengetahui,
Kepala Unit Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat
(UPPM Politeknik Pariwisata)



Dr. NURSJAM, M.Hum

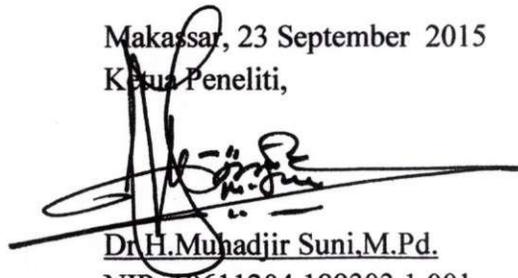
1. Identitas penelitian
- Judul Penelitian : Potensi Wisata Kuliner Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Sulawesi Selatan
- Bidang Kajian : Perhotelan (hospitality)
- a. Jenis Penelitian : Kelompok
- Ketua Peneliti :
- b. Nama Lengkap & Gelar : Dr.H.Muhadjir Suni,M.Pd.
- c. Gol. Dan Ruang : Pembina / IV a
- d. Jabatan Akademik : Lector
- e. Jumlah Tim Peneliti : 3 (Tiga)
- : Faizal Akbar Zenal,STT.Par.
Radiana Idrus.S.Sos.
Intan Fauzia Amalia,S.Gz
- f. Tim inti Penelitian : 2 (dua)
- a. Nama Anggota : Syahrial,S.Sos.,MAP
- b. Nama Anggota : Muhammad Musawantoro,S.Pd.,M.Pd
- g. Lokasi Penelitian : Makassar, Pare-pare, Bone, Bulukumba
- h. Lama Penelitian : 6 (enam) Bulan
- i. Biaya Penelitian : **Rp. 85.000.000, -**

Mengetahui:
Ketua Jurusan/Prodi



Nursalam, S.Sos. M.Pd.
NIP: 19651231 199203 1 262

Makassar, 23 September 2015
Ketua Peneliti,



Dr.H.Muhadjir Suni,M.Pd.
NIP: 19611204 199303 1 001

Menyetujui:

Kepala UPPM Akpar Makassar,



DR. Hj. N U R S J A M.M.Hum.
NIP: 19541231 198903 2 001

PERANAN UMKM DALAM MENGEMBANGKAN KULINER TRADISIONAL UNTUK EKONOMI MASYARAKAT DI SULAWESI SELATAN

H. Muhadjir Suni; Syahrial; Muh.Musawantoro
(Akademi Pariwisata Makassar)

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk Untuk mengenali potensi, dan mengetahui kendala serta mencari solusi dalam pengembangan UMKM kuliner tradisional dalam mengangkat perekonomian masyarakat di Sulawesi selatan. Selanjutnya jenis penelitian ini adalah Deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan : Pada potensi kuliner tradisional di Sulawesi selatan dalam mengangkat perekonomian masyarakat menurun dan kurang menggairahkan bagi pelaku usaha kecil, usaha menengah, dan usaha rumah tangga di buktikan dengan hasil respon dari responden sebesar 57% tidak setuju, 7% ragu-ragu, dan 36% setuju untuk Kabupaten Bulukumba, lalu 46% tidak setuju, 9% ragu-ragu, dan 45% setuju untuk Kabupaten Bone, dan kemudian 36% tidak setuju, 8% ragu-ragu, dan 56% setuju untuk Kabupaten. Dengan peluang pengembangan ekonomi kreatif dalam bidang kuliner tradisional di Sulawesi selatan masalah dalam hasil survey dapat dikatakan meningkat di tahun 2011 sampai dengan 2012, sedangkan pada tahun 2014 terjadi penurunan untuk kabupaten Bulukumba dan Bone sementara untuk Kabupaten Pare-pare itu sendiri terjadi peningkatan walaupun tidak terlalu besar dari tahun ketahun.

Kata kunci : UMKM, Wisata Kuliner

ROLE OF UMKM IN DEVELOPING CULINARY TRADITIONAL TO ECONOMIC COMMUNITY IN SOUTH SULAWESI

H. Muhadjir Suni; Syahrial; Muh.Musawantoro
(Akademi Pariwisata Makassar)

ABSTRACT

Purpose of this study is to identify the potential for, and knowing the obstacles and find solutions in the development of traditional culinary UMKM in lifting the economy of communities in southern Sulawesi. Furthermore, this type of research is descriptive qualitative. The results showed: On the potential of traditional cuisine in South Sulawesi in raising public economy decreased and less exciting for small businesses, medium-sized businesses, and households bins proved by the results of the response from the respondents by 57% disagreed, 7% undecided, and 36% agreed to Bulukumba, and 46% disagreed, 9% undecided, and 45% agreed to the District Bone, and then 36% do not agree, 8% undecided, and 56% agreed to the District. With economic development opportunities creative economic development in the field of kulineri traditional in south Sulawesi is still in the survey results can be said to increase in 2011 to 2012, whereas in 2014 there is a decrease for the district Bulukumba and Bone while for the District of Pare-pare itself increased although tidk too large from year to year.

Keywords: UMKM, Culinary Tourism

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN	ii
ABSTRACT.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN	
I. PENDAHULUAN.....	1
II. METODE PENELITIAN.....	10
III. TINJAUAN PUSTAKA.....	19
IV. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	25
V. HASIL PENELITIAN.....	28
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	49

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada tahun 1998. Namun, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi.

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto.

Tabel 1.1 Data Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 2014

No	Indikator	Satuan	Tahun 2014	
			Jumlah	Pangsa (%)
1	Unit Usaha (A+B)	(Unit)	56.539.560	100
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	(Unit)	56.534.592	99,99
	- Usaha Mikro (Umi)	(Unit)	55.856.176	98,79
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	629.418	1,11
	- Usaha Menengah (UM)	(Unit)	48.997	0,09
	B. Usaha besar (UB)	(Unit)	4.968	0,01
2	Tenaga Kerja (A+B)	(Orang)	110.808.154	100
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	(Orang)	107.657.509	97,16
	- Usaha Mikro (Umi)	(Orang)	99.859.517	90,12
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	4.535.970	4,09
	- Usaha Menengah (UM)	(Orang)	3.262.023	2,94
	B. Usaha besar (UB)	(Orang)	3.150.645	2,84
3	PDB atas Dasar Harga Berlaku (A+B)	(Rp. Milyar)	8.241.864,3	100
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	4.869.568,1	59,08
	- Usaha Mikro (Umi)	(Rp. Milyar)	2.951.120,6	35,81
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	798.122,2	9,68
	- Usaha Menengah (UM)	(Rp. Milyar)	1.120.325,3	13,59
	B. Usaha besar (UB)	(Rp. Milyar)	3.372.296,1	40,92

Data Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2014

Data Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2014 menunjukkan total nilai Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai Rp. 8.241,8 triliun, seperti terlihat pada table 1.1. UMKM memberikan kontribusi sebesar Rp. 4.869,5 triliun atau 59,08% dari total PDB Indonesia. Jumlah populasi UMKM Indonesia pada tahun 2014 mencapai 56,53 juta unit usaha atau 99,99% terhadap total unit usaha di Indonesia, sementara jumlah tenaganya mencapai 107,65 juta orang atau 97,16% terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan *output* yang berguna bagi masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM.

Kementerian Koperasi dan UMKM (2012) menyebutkan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif. Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika berbagai sektor lain dilanda krisis keuangan global. Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Industri kreatif meliputi 14 subsektor, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangannya.

Berkembangnya industri pariwisata dan meningkatnya kompetisi di antara tempat tujuan wisata, kebudayaan lokal menjadi hal yang berharga sebagai produk dan aktivitas untuk menarik wisatawan. Gastronomi (tata boga) yang merupakan, salah satu budaya lokal mempunyai peran penting karena makanan juga bisa menjadi pusat pengalaman wisatawan. Wisata gastronomi muncul dari keinginan para wisatawan itu sendiri yang ingin mendapatkan pengalaman tidak saja dari keindahan alam, tetapi juga dari produk makanan tradisional yang disajikan.

Beberapa daerah tujuan wisata menggunakan gastronomi sebagai alat penarik wisatawan dan banyak yang menggunakan pariwisata untuk mempromosikan gastronomi. Pariwisata dan gastronomi dapat mendukung jasa agrikultur seperti melihat pemandangan, tur pertanian, dan mencicipi makanan lokal/tradisional. Sementara itu agrikultur dapat mendukung industri pariwisata dalam hal menyediakan produk agrikultur untuk dijual ke wisatawan dan kultivasi pemandangan sebagai objek wisata.

Makanan tradisional Indonesia adalah semua jenis makanan yang dibuat dan diolah asli Indonesia, dengan menggunakan bahan lokal dan dengan cara pengolahan yang beragam dan bervariasi, serta memiliki ciri khas daerah setempat, mulai dari makanan utama, makanan selingan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat daerah tersebut. Makanan tradisional Indonesia yang kaya akan beraneka ragam bumbu dan rempah-rempah dapat diharapkan menjadi potensi yang sulit untuk ditiru negara-negara lainnya di dunia mengingat keunikan dan keberagamannya.

Makanan tradisional Indonesia bukan hanya sekedar berfungsi untuk memenuhi kebutuhan fisik yang kaya akan gizi makanan, akan tetapi juga berfungsi sebagai sumber gizi yang mengandung unsur obat-obatan dan perawatan kecantikan yang sulit didijumpai pada makanan-makanan nasional lainnya yang telah diterima secara internasional selama ini.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif (2013-2014), menyebutkan industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Pemerintah menyadari bahwa ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi untuk mendukung mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi negara yang maju, dan membarikan kontribusi yang besar terhadap kegiatan pariwisata secara umum, juga akan menjadi daya tarik dalam meningkatkan kunjungan wisata, Pemerintah Indonesia pun mulai melihat bahwa berbagai subsektor dalam industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan karena bangsa Indonesia mempunyai sumber daya insani kreatif dan warisan budaya yang kaya. Selain itu, industri kreatif juga dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan.

Industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi negara dan daerah (Departemen Perdagangan, 2008). *Pertama*, sektor industri kreatif memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan sumbangannya terhadap PDB. *Kedua*, menciptakan Iklim bisnis positif yang berdampak pada sektor lain. *Ketiga*, membangun citra dan identitas bangsa seperti turisme, ikon Nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan nilai lokal. *Keempat*, berbasis kepada Sumber Daya yang terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan kreatifitas. *Kelima*, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa. *Terakhir*, dapat memberikan dampak sosial yang positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial.

Dengan semakin berkembangnya wisata minat khusus (wisata kuliner) dan kemajuan dewasa ini, teristimewa dalam khasanah Sulawesi Selatan yang sering dikunjungi wisatawan manca negara dan Nusantara untuk menambah dan memperkaya khasanah Budaya Sulawesi Selatan, sudah patut disuguhkan menu makanan tradisional Sulawesi Selatan. Mereka akan menikmati suguhan dengan jenis olahan, jenis makanan, jenis penghidangan dan jenis bumbu (basa) dan rasa yang sangat unik, sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap rasa dan kebutuhan gastronomi mereka dan menjadi kenangan sehingga tujuan mereka ke-Sulawesi Selatan bukan saja karena keindahan alam, namun juga karena kuliner yang mempesona dan beragam.

Berikutnya Sulawesi selatan yang merupakan salah satu provinsi memiliki warisan budaya kuliner lokal yang berpotensi untuk dikembangkan. Namun, pihak akademisi, UMKM tidak menunjukkan potensi bahkan menganggap belum memiliki ciri khas kuliner lokal yang terbentuk melalui produk-produk UMKM kreatif mereka. Hal ini mengakibatkan Sulawesi selatan mengalami ketertinggalan dengan provinsi lain dalam koridor apresiasi terhadap kearifan kuliner lokal. Daerah-daerah tersebut telah mengkomodir dan menunjang sisi unik produk kuliner lokalnya, sehingga masyarakat umum mengenal produk yang berfrase dengan asal daerah mereka, seperti wingko babat jawa, Bak pie, surabi bandung, bikang ambon medan, bageak ambon, soto lamongan jawa, soto bandung, rendang padang.

Pemerintah dinas Koperasi dan UMKM menyebutkan, UMKM yang bergerak di bidang ekonomi kreatif atau biasa disebut industri kreatif di Sulawesi selatan. Beberapa dokumen dan profil industri menurut cabang industri yang ada, sayangnya hingga saat ini Sulawesi selatan belum mengelompokkan industri berdasarkan pada kelompok sektor industri kreatif sehingga jumlahnya belum dapat terdefiniskan secara jelas. Pengembangan potensi industri kreatif ke depannya akan tetap menjadi sebuah alternatif penting dalam meningkatkan kontribusi di bidang ekonomi dan bisnis, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, pembentukan citra, alat komunikasi, menumbuhkan inovasi dan kreativitas, dan penguatan identitas suatu daerah.

Permasalahan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada umumnya terletak pada sumber daya manusia, modal, dan penguasaan teknologi. Gambaran kondisi iklim usaha UMKM berbasis ekonomi kreatif di Sulawesi selatan pada saat ini, dilihat dari

peluang pemberdayaan dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat, dan dari sektor ke sektor belum terindikasi sementara besarnya harapan pada kelompok usaha tersebut untuk mendukung tumbuhnya sistem perekonomian yang berkeadilan. Hal ini juga mengakibatkan UMKM kreatif tidak dapat memberikan suatu corak khusus bagi Sulawesi selatan yang dikenal oleh masyarakat umum baik di dalam maupun luar daerah.

Dengan adanya permasalahan tersebut, maka pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif khususnya pada bidang kuliner perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah atau dinas terkait maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada bidang kuliner karena seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, UMKM kreatif memiliki peranan yang penting dalam pengembangan ekonomi negara dan daerah.

Sulawesi selatan dipilih dalam penelitian ini karena dianggap mampu mengembangkan Sumber Daya Manusia dengan berbekal pada ilmu pengetahuan, kreatifitas, serta inovasi dan mampu mengembangkan lapangan pekerjaan. Pengembangan kreatifitas merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta dapat memberikan dampak sosial yang positif. UMKM kreatif juga diharapkan mampu mengangkat perekonomian Sulawesi selatan dan memberikan image positif tentang ciri khas budaya kuliner lokal di Sulawesi selatan. Oleh karena itu, penulis

mengambil judul **“Potensi Wisata Kuliner Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Sulawesi Selatan”**

B. Rumusan Masalah

Usaha jasa kuliner adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Pemerintah menyadari bahwa ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi untuk mendukung mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi Negara yang maju, serta program kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif tahun 2014, Pemerintah Indonesia mulai melihat bahwa berbagai subsektor dalam industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan khususnya pada bidang kuliner. Selain itu, industri kreatif pada bidang kuliner juga dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan, seperti pariwisata dan kunjungan wisata.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam rumusan masalah berupa :

1. Bagaimana peranan UMKM dalam mengembangkan kuliner tradisional untuk ekonomi masyarakat di sulawesi selatan ?

2. Bagaimana peluang UMKM dalam mengembangkan kuliner tradisional untuk ekonomi masyarakat di Sulawesi Selatan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian dirumuskan berupa :

1. Untuk mengenali peranan UMKM dalam mengembangkan kuliner tradisional untuk ekonomi masyarakat di Sulawesi Selatan
2. Untuk mengetahui kendala dan mencari solusi dalam pengembangan UMKM pada bidang kuliner tradisional di Sulawesi Selatan

D. Kontribusi/Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini akan memberikan referensi secara ilmiah tentang potensi yang terdapat dalam pengembangan usaha kecil menengah pada bidang kuliner di Sulawesi Selatan, selanjutnya dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian lanjutan khususnya dalam pengembangan ekonomi kerakyatan. Kemudian untuk pariwisata itu sendiri, dengan berkembangnya kuliner tradisional akan merangsang pertumbuhan perekonomian, dan minat masyarakat dalam mengembangkan kuliner tradisional tersebut, secara otomatis akan menjadi daya tarik dalam melakukan kunjungan wisata di Sulawesi Selatan. Selanjutnya untuk kelembagaan akan memberi kontribusi yang sangat besar dalam pengembangan keilmuan dan menjadi dasar dalam memilah kurikulum yang berbasis pada kebijakan lokal.

BAB II

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono,2005:1).

Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2003:3), penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Jenis penelitian kualitatif juga dapat didefinisikan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.

Berikutnya "Kirk dan Miller dalam Moleong (1993:3), mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya".

Selanjutnya metodologi kualitatif mampu menggali pemahaman yang mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dalam rangka memahami kondisi UMKM berbasis ekonomi kreatif di Sulawesi selatan secara mendalam dengan latar alamiah tanpa adanya intervensi atau manipulasi baik dari penulis sendiri maupun dari pihak lain.

Jenis penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan, menganalisa dan menginterpretasikan kondisi-kondisi berdasarkan data yang penulis dapat secara lebih mendalam tentang Potensi Wisata Kuliner Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Sulawesi Selatan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. "Metode deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subyek/obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

B. Jenis dan Sumber Data

Dalam setiap penelitian disamping menggunakan metode yang tepat juga diperlukan kemampuan memilih metode pengumpulan data yang relevan. Data merupakan faktor penting dalam penelitian, karena di dalam setiap penelitian pasti

memelukan data. Sumber data yang digunakan, data Primer yaitu Data yang diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara.

C. Populasi dan Sampel

Populasi atau keseluruhan objek pengamatan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kecil yang sedang mendalami usaha makanan tradisional Sulawesi selatan, dan usaha menengah yang mempunyai pengetahuan ataupun pengalaman yang ada kaitannya dengan makanan tradisional Sulawesi selatan dari masing-masing-masing daerah .

Penentuan populasi dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive* yaitu penentuan sampel yang berdasarkan tujuan tertentu dan pertimbangan tertentu oleh peneliti. Kemudian untuk meng klasterkan jenis usaha berdasarkan besar kecilnya jenis usaha penulis menggunakan metode sampling berupa *stratified sampling*, selanjutnya berdasarkan metode tersebut, responden yang diambil dari pelaku usaha makanan tradisional ditentukan dengan menggunakan metode *accidental sampling* yaitu metode penarikan sampel berdasarkan kebetulan (*accidental*), yaitu siapa saja yg kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang pelaku usaha yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu, (Sugiyono, 2005:76). Selanjutnya wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal, jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada pelaku usaha kecil, dan informan yang ditunjuknya dengan teknik wawancara berstruktur, dimana peneliti sudah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap informan diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya, (Sugiyono, 2005:73). Alasan penulis menggunakan wawancara terstruktur karena agar pertanyaan terfokus serta tidak melenceng dari pokok permasalahan.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2005:82). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen tertulis

yaitu catatan langsung dari hasil wawancara dan gambar hasil tinjauan berupa Foto selama perjalanan.

3. Angket (*questionnaires*)

Kuesioner (Sekaran, 2006:82) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya, untuk dijawab oleh responden. Disebarkan kuesioner bertujuan untuk mengetahui pendapat pengunjung, dan para pengelola atau pemilik usaha mengenai potensi makanan tradisional Sulawesi selatan yang akan dikembangkan berkaitan dengan faktor internal maupun eksternal.

4. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan referensi-referensi yang terkait dengan pencitraan perpustakaan melalui media massa. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan buku-buku, artikel, dan jurnal-jurnal.

D. Teknik Pengolahan Data

1. Pencatatan

Data yang diperoleh kemudian diproses, diambil yang relevan dengan penelitian, kemudian dicatat agar memudahkan apabila dibutuhkan dalam penyusunan laporan.

2. Editing

Proses meneliti kembali informasi yang diperoleh sehingga kesalahan dan kekurangan yang tidak perlu dalam penelitian dapat dihindari dengan tujuan memperoleh data yang valid.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan urian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 1993:103). Adapun analisis yang di gunakan pada penelitian ini berupa :

1. Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan dimaksud untuk mencoba mengidentifikasi kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*) yang perlu segera mendapatkan perhatian dan pada saat yang sama diarahkan untuk mengetahui kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) yang perlu mendapatkan antisipasi (Suwarsono, 1998 : 6), dalam Sugiyono. 2010; Statistika Penelitian. Alfabeta Bandung.

1.1. lingkungan internal

Analisis lingkungan internal memberikan gambaran bahwa perusahaan memiliki kekuatan (*strenghts*) ataupun kelemahan (*weaknesses*) dibidang manajemen produksi, operasi pemasaran, dan distribusi, organisasi, sumberdaya manusia, keuangan dan akuntansi (Suwarsono, 1998 : 10). Menurut Kotler (2002 : 12), faktor-

faktor lingkungan internal terdiri atas perusahaan, pemasok, perantara, pemasaran, pesaing, dan masyarakat.

Sedangkan, menurut Swasta (1998 : 26) lingkungan internal adalah lingkungan dalam perusahaan yang dapat dikendalikan oleh pihak manajemen. Perusahaan mempunyai tujuan untuk mencapai pasar yang dituju dan memuaskan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut manajemen dapat menggunakan dua kelompok faktor internal, yaitu: (1) sumber-sumber bukan pemasaran (non marketing) seperti kemampuan produksi, keuangan, personalia, lingkungan perusahaan, dan sebagainya; (2) komponen bauran pemasaran, yaitu produksi, harga, promosi, dan tempat.

Selanjutnya Reksomadiprojo (1992:23) konsep analisis lingkungan internal berkenaan dengan situasi persaingan yang ketat dan harus dihadapi perusahaan. Faktor tersebut terdiri atas profil langganan, posisi persaingan, saluran distribusi, pemasok. Lingkungan ini memberikan tantangan bagi perusahaan saat perusahaan harus berjuang memasarkan barang atau jasa-jasanya dengan cara menguntungkan.

1.2. lingkungan eksternal

Analisis lingkungan eksternal tersusun dari sekumpulan kekuatan-kekuatan yang timbul dan berada diluar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional suatu perusahaan. Faktor-faktor yang terdapat pada analisis lingkungan eksternal adalah politik, ekonomi, sosial, dan teknologi. Keempat faktor ini dapat mempengaruhi analisis lingkungan eksternal (Reksomadiprojo, 1992:32).

Selanjutnya Menurut David (2000:13) faktor-faktor analisis lingkungan eksternal terdiri atas sosial ekonomi, teknologi, kebijakan dan peraturan pemerintah,

telah menjadi pertimbangan yang semakin penting bagi perusahaan atau organisasi akhir-akhir ini dalam merumuskan strategi guna mencapai sasaran yang diinginkan perusahaan atau organisasi tersebut.

F. Variabel Penelitian

Beberapa variabel yang diidentifikasi dan di analisis lebih lanjut merupakan variabel dari lingkungan internal dan dari lingkungan eksternal. Variabel dari lingkungan internal yaitu: produk (*product*), harga (*price*), manusia (*people*), dan promosi (*promotion*). Sedang variabel dari lingkungan eksternal yaitu: persaingan (*competition*), hukum dan peraturan pemerintah (*legislation and regulation*), teknologi (*technology*), dan situasi sosial budaya (*societal and cultural environment*).

Identifikasi variabel tersebut diharapkan untuk memperoleh kebijakan strategi yang lebih terfokus pada strategi pengembangan produk. Pelaksanaan analisis indikator terhadap variabel tersebut berdasar pada variabel – variabel yang bersifat operasional dan terukur. Faktor internal dikuantifikasikan dari variabel yang diperoleh dari jawaban atau pendapat pelaku usah makanan tradisional terhadap kuesioner yang disebarkan, sedang faktor eksternal bersumber dari kuantifikasi variabel data yang dikumpulkan dari jawaban atau pendapat penunjang usaha atau pelanggan.

G. Operasional Variabel

1. Variabel internal maupun eksternal merupakan variabel yang teridentifikasi sebagai variabel operasional dalam penelitian ini di mana definisi operasional merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tersebut (Nasir, 1988: 152). Indikator variabel internal tersebut adalah :
 - 1.1. *Product* adalah suatu sifat yang complex, baik yang dapat diraba maupun yang tidak dapat di raba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise, perusahaan, dan pelayanan perusahaan yang diterima oleh konsumen untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan (Swastha, 2002:94). Selanjutnya Produk secara keseluruhan merupakan indikator *tangible* dan *intangibile*:(a). *Tangible product* yaitu kualitas makanan, ukuran porsi makanan, keragaman menu, desain kemasan, kualitas peralatan dan kombinasi makanan; (b). *Intangible product* adalah kenyamanan suasana (atmosfir) dan citra prodak.
 - 1.2. *Price* adalah tingkat harga jual produk makanan dan minuman termasuk pemberian diskon bagi tamu loyal (*repeater*) serta pemberlakuan *happy hours*. Harga yang fleksibel sesuai dengan teori Shugan (2002: 9-10) memudahkan upaya pemasaran.
 - 1.3. *People* adalah para personil yang secara langsung ataupun tidak langsung menawarkan dan memperkenalkan makanan tradisional.
 - 1.4. *Promotion* merupakan popularitas atau tingkat pengenalan terhadap produk makanan tradisional yang ditawarkan baik melalui iklan pada media cetak atau

elektronik, pramuwisata yang menyelenggarakan paket wisata ataupun pramusaji yang menawarkan.

2. Adapun indikator variabel eksternal adalah :

2.1. Kompetisi (*Competition*) : Produk pengganti yaitu bagaimana pengaruh makanan lain (makanan bukan slawesi selatan) yang umum ditawarkan.

2.2. Politik, legislasi, dan regulasi (*Politic, legislation, and regulation*): Regulasi bisnis, yaitu dampak dari peraturan-peraturan tentang perijinan.

2.3. Teknologi (*Technology*):(1) Penggunaan teknologi modern untuk pengembangan produk makanan tradisional Sulawesi selatan dan peningkatan kualitas pelayanan seperti pengembangan disain penyajian makanan; (2) Penggunaan teknologi modern dalam pemasaran, yaitu pemanfaatan teknologi modern seperti internet, televisi, radio, termasuk dalam pembuatan iklan yang menggunakan audio visual yang digital.

2.4. Lingkungan sosial dan budaya (*Social and cultural environment*). Perkembangan global *trend* makanan (*culinary fashion/art*), yaitu model penyajian makanan baik dari segi bahan, hiasan ataupun penempatan makanan yang sedang digandrungi secara global.

H. Waktu dan Tempat Penelitian

Untuk penelitian kelompok ini peneliti membutuhkan waktu sekitar 6 (enam) bulan yang di mulai dari bulan mei sampai dengan bulan oktober, adapun tempat dan lokasi penelitian Pare-pare, Makassar, Bulukumba, dengan asumsi mewakili wilayah

wilayah. timur, tengah dan selatan, dan yang menjadi pertimbangan lain karena dari klaster wilayah ketiganya memiliki potensi kunjungan wisatawan juga memiliki peluang paling besar dalam peningkatan kunjungan wisatawan baik domestik maupun manca negara.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

1. Landasan Teori

a. *Culinary Tourism* (Wisata Kuliner)

pengertian wisata kuliner bersal dari istilah *Culinary tourism* yang didefinisikan sebagai kunjungan ke suatu tempat yang merupakan produsen dari suatu makanan , festival makanan, restoran dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rsa dari makanan dan juga memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah yang merupakan motivasi utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Hall & Sharples, 2010;113). Sehinga dapat disimpulkan bahwa kegiatan wisata kuliner terjadi karena makanan, produksi makanan dan atribut khusus makanan daerah menjadi dasar dan faktor pendorong utama dalam perjalanan wisata

Culinary tourism (wisata kuliner) merupakan relatif baru di dunia industry pariwisata, buktinya tampak dimana wisata kuliner mulai berkembang sejak tahun 2001, dimana seorang Erik Wolf selaku Presiden Ikatan Wisata Kuliner Internasional mengesahkan di atas selembar kertas putih mengenai lahirnya Ikatan tersebut (*Internatioal Culinary Tourism Association*). Sepanjang tahun 2001, perakademian pariwisata di seluruh dunia telah mengadakan penelitian yang lebih serius akan wisata kuliner. Namun demikian, badan penelitian sangat khawatir kalau penemuan tersebut merupakan suatu jalan untuk jalannya usaha dunia. Nyatanya, seorang peneliti Lucy Long, dari Universitas Bowling

Green di Ohio (USA) yang pertama kali mencetuskan kata – kata wisata kuliner di tahun 1998.

Wisata kuliner dapat diartikan sebagai suatu pencarian akan pengalaman kuliner yang unik dan selalu terkenang dengan beragam jenis, yang sering dinikmati dalam setiap perjalanan , akan tetapi bisa juga kita menjadi wisatawan kuliner di rumah sendiri. (Culinary Tourism is defined as the pursuit of unique and memorable culinary experience of all kinds, often while travelling, but one can also be a culinary tourist at home.)

Wisata kuliner (culinary tourism), meliputi berbagai pengalaman akan beragam kuliner. Wisata kuliner melebihi dari tuntunan makan malam dan restoran akhir pekan. Akan tetapi wisata kuliner meliputi beberapa unsur yaitu : kursus memasak, buku panduan memasak dan toko-toko penjual perkakas dapur, tur kuliner (culinary tours) dan pemandu wisata, media kuliner dan buku panduan, pemborong makanan untuk pesta/katering, penyalur anggur (wineries), pengusaha dan penanam tumbuhan pangan, atraksi kuliner seperti festival jajanan yang diadakan suatu produk usaha swasta (Kecap Bango) di Merdeka Walk di bulan ramadhan lalu (dalam Introduction to Culinary Tourism).

1.1. Usaha Mikro, Kecil, Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung ²⁰ Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Nurhayati (2011) menyebutkan definisi UMKM memiliki beragam variasi yang sesuai menurut karakteristik masing-masing negara yaitu:

1. World Bank : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja \pm 30 orang, pendapatan per tahun US\$ 3 juta dan jumlah aset tidak melebihi US\$ 3 juta.
2. Di Amerika : UKM adalah industri yang tidak dominan di sektornya dan mempunyai pekerja kurang dari 500 orang.

3. Di Eropa : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja 10-40 orang dan pendapatan per tahun 1-2 juta Euro, atau jika kurang dari 10 orang, dikategorikan usaha rumah tangga.
4. Di Jepang : UKM adalah industri yang bergerak di bidang manufaktur dan retail/ service dengan jumlah tenaga kerja 54-300 orang dan modal ¥ 50 juta – 300 juta.
5. Di Korea Selatan : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja ≤ 300 orang dan aset \leq US\$ 60 juta.
6. Di beberapa Asia Tenggara : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja 10-15 orang (Thailand), atau 5 – 10 orang (Malaysia), atau 10 -99 orang (Singapura), dengan modal \pm US\$ 6 juta.

Beberapa negara memiliki standar yang berbeda dan ada pula yang menggunakan kombinasi dari berbagai tolok ukur dalam mendefinisikan UMKM berkaitan dengan dasar hukum. Afrika Selatan contohnya, menggunakan kombinasi antara jumlah karyawan, pendapatan usaha, dan total aset sebagai ukuran dalam kategorisasi usaha. Peru mendasarkan klasifikasi UMKM berdasarkan jumlah karyawan dan tingkat penjualan per tahun. Costa Rica menggunakan sistem poin berdasarkan tenaga kerja, penjualan tahunan, dan total aset sebagai dasar klasifikasi usaha.

Lain halnya dengan Bolivia mendefinisikan UMKM berdasarkan tenaga kerja, penjualan per tahun, dan besaran aset. Sedangkan Republik Dominika menggunakan karyawan dan tingkat penjualan per tahun sebagai tolok ukur. Tunisia memiliki klasifikasi yang berbeda di bawah peraturan yang berbeda,

namun terdapat konsensus umum yang mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah karyawan.

Selain itu, ada pula beberapa negara yang menggunakan standar ganda dalam mendefinisikan UMKM dengan mempertimbangkan sektor usaha. Afrika Selatan membedakan definisi UMKM untuk sektor pertambangan, listrik, manufaktur, dan konstruksi. Sedangkan Argentina menetapkan bahwa sektor industri, ritel, jasa, dan pertanian memiliki batasan tingkat penjualan berbeda dalam klasifikasi usaha. Malaysia membedakan definisi UMKM untuk bidang manufaktur dan jasa, masing-masing berdasarkan jumlah karyawan dan jumlah penjualan tahunan (Bank Indonesia, 2011:).

1.2. Karakteristik UMKM di Indonesia

Sulistyastuti (2009) menyebutkan ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. *Pertama*, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. *Kedua*, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. *Ketiga*, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. *Keempat*, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

1.3. Peranan dan Kontribusi UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Mengingat pentingnya peranan UMKM di bidang ekonomi, sosial

dan politik, dan pariwisata maka saat ini perkembangan UMKM diberi perhatian cukup besar di berbagai belahan dunia.

Makan dan minum merupakan produk yang memiliki nilai penting dalam industri pariwisata. Bisnis makanan saat ini telah memberi kontribusi sekitar 19,33 % dari total penghasilan industri pariwisata khususnya yang berasal dari wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Pengeluaran makanan dan minuman merupakan pengeluaran kedua terbesar setelah akomodasi, yang kontribusinya mencapai 38,48 % dari total pengeluaran wisatawan mancanegara.

1.4. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif terdiri dari kelompok luas profesional, terutama mereka yang berada di dalam industri kreatif yang memberikan sumbangan terhadap garis depan inovasi. Mereka seringkali mempunyai kemampuan berpikir menyebar dan mendapatkan pola yang menghasilkan gagasan baru. Claire (2010) menulis tentang bagaimana menumbuhkan ekonomi kreatif di Tacoma, USA dengan menggunakan sebuah eksperimen yang diberi nama "Tacoma Experiment". Dalam eksperimen ini direkrut 30 orang dengan latar belakang profesi dari berbagai bidang, diantaranya adalah dari bidang bisnis, pemerintahan, pendidikan, pekerja seni, dan bidang non-profit untuk bekerja selama setahun.

Selanjutnya Kathrin Muller, Christian Rammer, dan Johannes Truby (2008) mengemukakan tiga peran industri kreatif terhadap inovasi ekonomi dalam penelitiannya di Eropa. *Yang pertama*, industri kreatif adalah sumber utama dari ide-ide inovatif potensial yang berkontribusi terhadap pembangunan/inovasi produk barang dan jasa. *Kedua*, industri kreatif menawarkan jasa yang dapat digunakan sebagai input dari aktivitas inovatif perusahaan dan organisasi baik yang berada di dalam lingkungan industri kreatif maupun yang berada diluar

industri kreatif. *Terakhir*, industri kreatif menggunakan teknologi secara intensif sehingga dapat mendorong inovasi dalam bidang teknologi tersebut. Industri kreatif digambarkan sebagai kegiatan ekonomi yang berkeyakinan penuh pada kreativitas individu.

1.5. Kuliner

Kuliner merupakan kata yang diadopsi dari istilah bahasa Inggris *Culinary*

"The word culinary derives from the latin word culina, means kitchen , it is commonly used as reference to thing related to cooking or the culinary profession, the culinary professionl is cooking or prepare food as a profession"

Kata kuliner diperoleh dari Culina kata latin yang berarti dapur yaitu biasanya digunakan kita mengacu pada hal yang berkaitan dengan memasak atau profesi kuliner sedangkan, professionl kuliner memasak atau menyiapkan makanan sebagai profesi " Sementara menurut kamus Inggris Indonesia John M. Echols (1993 : 159) Culinary diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan.

Selanjutnya Daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan. Produk makanan merupakan hasil proses pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap dihidangkan melalui kegiatan memasak (Farida Arifianti : 38). Lebih lanjut Davis dan Stone (1994 : 44) mengemukakan bahwa karakteristik fisik dari produk makanan dan minuman antara lain kualitas, penyajian, susunan menu, porsi makanan, siklus hidup produk, dekorasi ruang maupun pengaturan meja.

Sebagian makanan dan minuman disajikan dan disediakan di restoran yaitu suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum WA. 1991:7). Selain restoran, tempat penjualan makanan dan minuman yang banyak berdiri

adalah warung makan yaitu tempat penjualan makanan pokok dalam skala lebih kecil dan lebih sederhana daripada restoran, dan toko atau pusat jajanan yaitu tempat yang secara khusus hanya menjual makanan kudapan yang sebagian besar berupa makanan kering

(Hasan Saputro 2004: 12-13).

BAB IV

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM.

Selanjutnya dengan berkembangnya UMKM khususnya dalam bidang kuliner tradisional akan member minat masyarakat dalam mengembangkan usaha tersebut, semakain berkembang usaha kuliner dan jumlah produksi menjadi membaik maka secara langsung menjadi minat pula bagi pengunjung untuk mengkonsumsi kuliner tradisional tersebut, Seiring dengan berkembangnya usah kuliner tradisional dapat pula menjadi salah satu wujud dari promosi daerah tujuan wisata tersebut.

Berikutnya penelitian ini akan mengenali potensi kuliner tradisional di Sulawesi selatan dalam mengangkat perekonomian masyarakat, yang dapat membantu promosi tiap daerah yang jenis usaha kulinernya berkembang dengan baik dan terpelihara, seterusnya dengan penelitian ini dapat diketahui kendala yang ada dan mencari solusi dalam pengembangan ekonomi kreatif pada bidang kuliner tradisional di Sulawesi selatan.

B. Manfaat Penelitian

Secara umum manfaat penelitian ini bagi pemerintahan propinsi Sulawesi selatan akan membarikan sumbangan yang nyata bagi peningkatan ekonomi kerakyatan dengan melalui jenis Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), dan dapat membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah kemiskinan dan pengangguran yang dewasa ini semakin memarak,

Berikutnya bagi pemerintahan daerah tempat tujuan penelitian akan menjadi bahan pertimbangan kedepan dalam merencanakan jenis-jenis usaha apa saja yang berpotensi dikembangkan dan di bina lebih lanjut, selain itu dengan berkembangnya usaha kuliner tersebut memungkinkan menjadi bahan promosi pariwisata bagi daerah tujuan, bagi pemerintah daerah dapat mengidentifikasi jenis usaha kuliner mana saja yang menjadi unggulan di daerahnya.

Manfaat penelitian ini akan memberikan referensi secara ilmiah tentang potensi yang terdapat dalam pengembangan usaha kecil menengah pada bidang kuliner di Sulawesi selatan, selanjutnya dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian lanjutan

khususnya dalam pengembangan ekonomi kerakyatan. Kemudian untuk pariwisata itu sendiri, dengan berkembangnya kuliner tradisional akan merangsang pertumbuhan perekonomian, dan minat masyarakat dalam mengembangkan kuliner tradisional tersebut, secara otomatis akan menjadi daya tarik dalam melakukan kunjungan wisata di Sulawesi Selatan. Selanjutnya untuk kelembagaan akan memberi kontribusi yang sangat besar dalam pengembangan keilmuan dan menjadi dasar dalam memilah kurikulum yang berbasis pada kebijakan lokal.

BAB V

HASIL PENELITIAN

A. Karakteristik Responden

Penelitian kelompok membutuhkan waktu sekitar 6 (enam) bulan yang di mulai dari bulan mei sampai dengan bulan oktober, adapun tempat dan lokasi penelitian Pare-pare, Makassar, Bulukumba, dengan asumsi mewakili wilayah wilayah. timur, tengah dan selatan, dan yang menjadi pertimbangan lain karena dari klaster wilayah ketiganya memiliki potensi kunjungan wisatawan juga memiliki peluang paling besar dalam peningkatan kunjungan wisatawan baik domestik maupun manca negara. Adapun daerah lain yang dianggap perlu sebagai bahan pebanding adalah sebagai berikut, Kabupaten Bone, Takalar, Bantaeng yang mana 3(tiga) kabupaten tersebut memiliki pengembangan dalam UMKM.

Adapun jumlah responden yang kami sempat kumpulkan adalah sekitar 75 pelaku bisnis dari 3 (tiga) Kabupaten sebagai sampel seperti Kabupaten Bulukumba, Kabupaten Bone, dan Kabupaten Pare-Pare seperti tabel berikut :

Tabel 1.5 jumlah responden berdasarkan klaster modal usaha

No	Jenis Usah berdasarkan modal usaha	Bulukumba	Bone	Pare-Pare
1	Usaha Kecil Rp.5 jt-10 Jt	8	7	10
2	Usaha Menengah 10 Jt Keatas	5	3	7
3	Usaha Rumah tangga Rp 200 ribu – 700 ribu	12	10	13

B. Peranan UMKM Kuliner Tradisional pada 3 (tiga) Kabupaten

Penelitian kelompok membutuhkan waktu sekitar 6 (enam) bulan yang di mulai dari bulan mei sampai dengan bulan oktober, adapun tempat dan lokasi penelitian Pare-pare, Makassar, Bulukumba, dengan asumsi mewakili wilayah wilayah timur, tengah dan selatan, dan yang menjadi pertimbangan lain karena dari klaster wilayah ketiganya memiliki potensi kunjungan wisatawan juga memiliki peluang paling besar dalam peningkatan kunjungan wisatawan baik domestik maupun manca negara. Adapun daerah lain yang dianggap perlu sebagai bahan pebanding adalah sebagai berikut, Kabupaten Bone, Takalar, Bantaeng yang mana 3(tiga) kabupaten tersebut memiliki pengembangan dalam UMKM

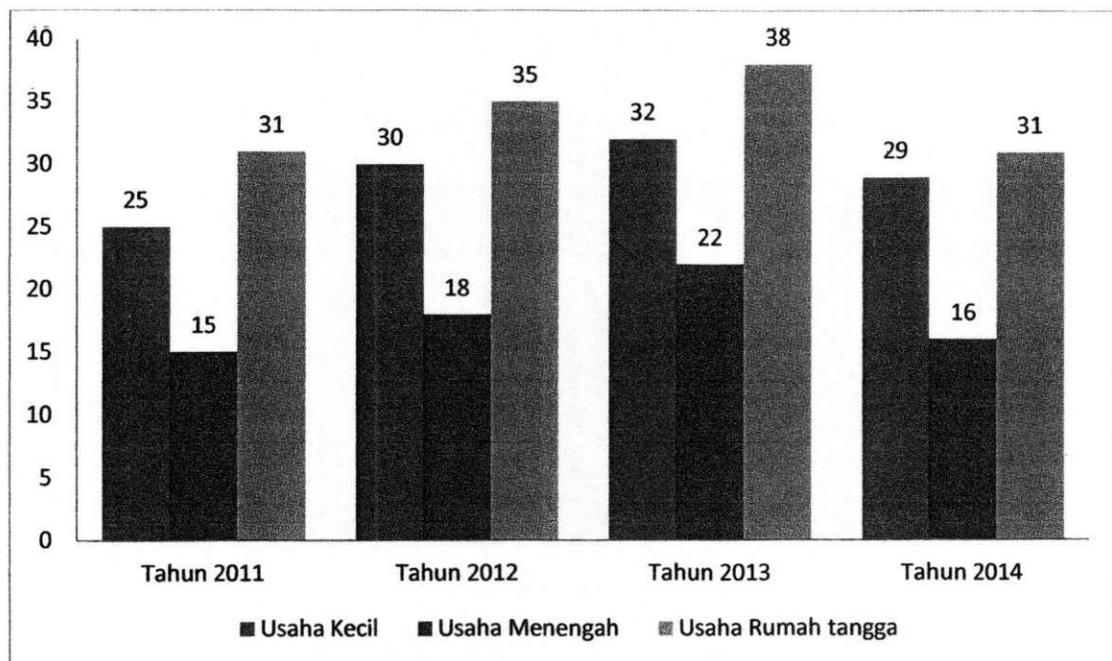
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM.

Selanjutnya penelitian ini mengenali potensi kuliner tradisional di Sulawesi selatan dalam mengangkat perekonomian masyarakat, yang dapat membantu

promosi tiap daerah yang jenis usaha kulinernya berkembang dengan baik dan terpelihara, seterusnya dengan penelitian ini dapat diketahui kendala yang ada dan mencari solusi dalam pengembangan ekonomi kreatif pada bidang kuliner tradisional di Sulawesi selatan.

Gambaran pertumbuhan dari UMKM tersebut untuk 3(tiga) Kabupaten sebagai berikut :

Gambar 1.5. diagram pertumbuhan usaha Kabupaten Bulukumba

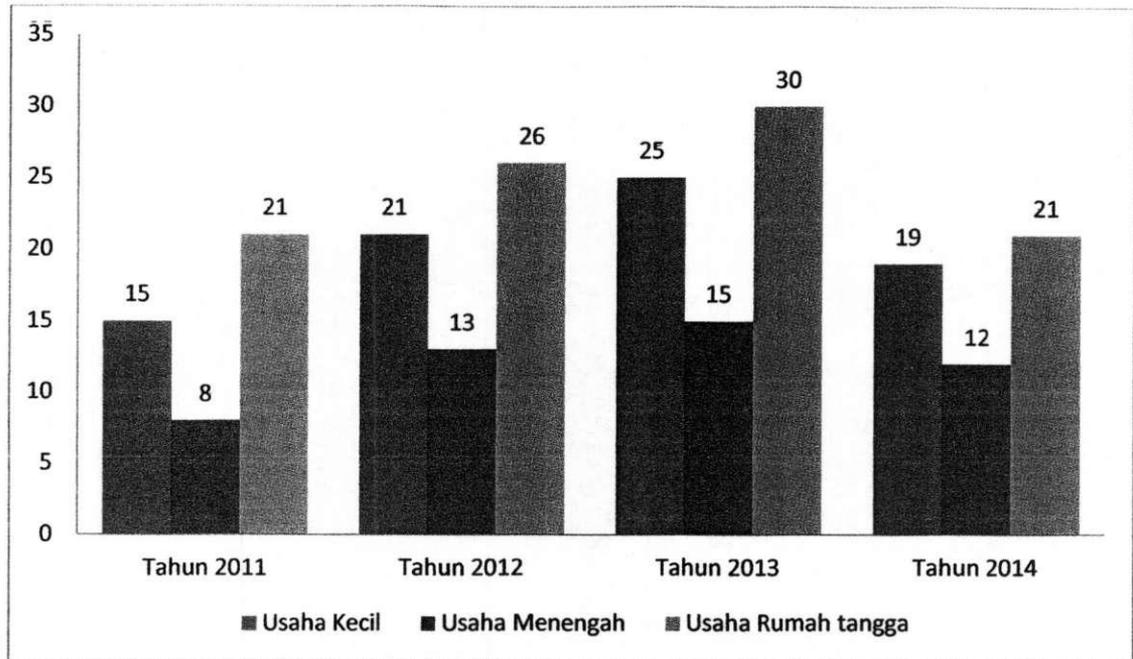


Data dari dinas perdagangan daerah Bulukumba, 2014

Kabupaten bulukumba merupakan kabupaten 2(dua) yang memiliki destinasi wisata menarik dari tanah toraja yang menjadi daya tarik untuk dikunjungi wisatawan mancanegara maupun wisatawan local perubahan kunjungan yang

semakin merosot berdampak pula pada perkembangan UMKM di kabupaten tersebut khususnya untuk jenis usaha kuliner, berikutnya Kabupaten Bone seperti :

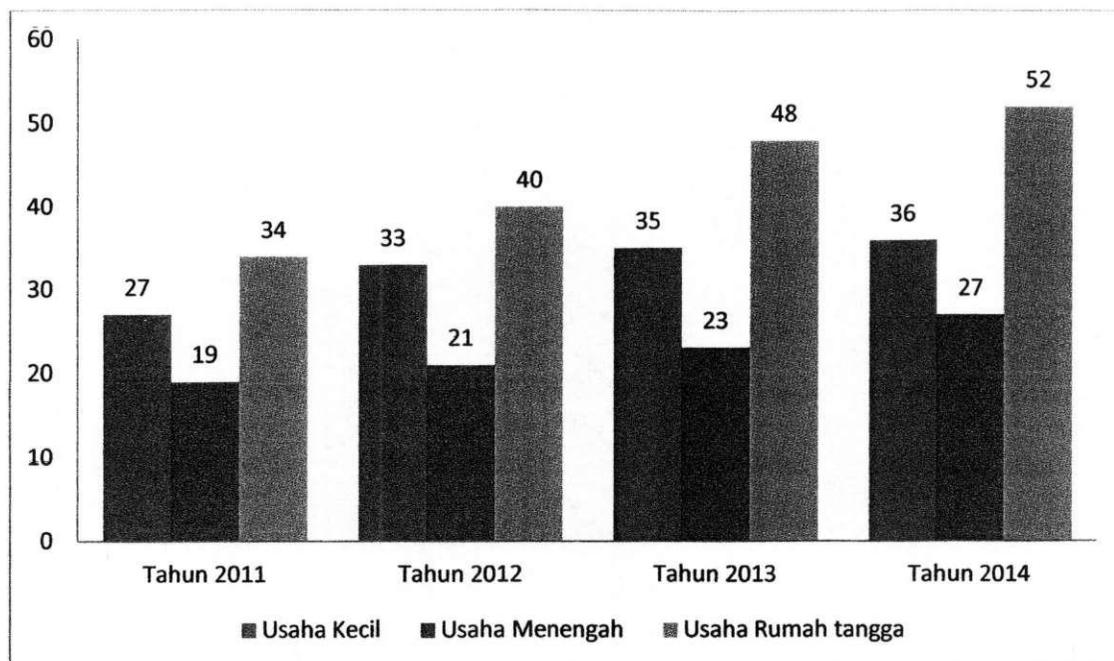
Gambar 2.5. diagram pertumbuhan usaha Kabupaten Bone



Data dari dinas perdagangan daerah Bone, 2014

Berbeda dengan Kabupaten Bulukumba seperti di atas Kabupaten Bone bukan sebagai Kabupaten tujuan Wisata walaupun di Kabupater tersebut juga terdapat banyak potensi pada destinasi wisata, sehingga dalam perkembangan usaha tidak sepesat seperti pada Kabupaten Bulukumba perkembangan di kabupaten ini cenderung lebih kecil dari tahun ketahun dengan perkembangannya tidaklah mencolok, disamping itu pulah karakteristik masyarakatnya yang kurangtertarik terhadap perkembangan usaha pada jenis kuliner. Selanjutnya Kabupaten Pare-Pare seperti tergambar pada diagram dibawah ini :

Gambar 2.5. diagram pertumbuhan usaha Kabupaten Pare-Pare



Data dari dinas perdagangan daerah Pare-pare , 2014

Gambaran diatas memberikan penjelasan bahwa Kabupaten pare-pare untuk usaha kuliner ini terjadi perkembangan dari tahun ketahun hal ini dimungkinkan karena letak geografis Kabupaten Pare-pare ini sangatlah strategis yang menjadi penghubung dari Kabupaten-Kabupaten lain, dan Kabupaten Pare-pare merupakan salah satu pintu gerbang indonesia timur dalam perdagangan laut, sehingga terdapat banyak pertumbuhan kunjungan dari tahun ketahun, hal tersebut memberikan peluang bagi perkembangan UMKM di Kabupaten Pare-pare dalam hal ini pertumbuhan UMKM pada bidang Kuliner.

Selanjutnya secara umum manfaat penelitian ini bagi pemerintahan propfinsi sulawesi selatan akan membarikan sumbangan yang nyata bagi

peningkatan ekonomi kerakyatan dengan melalui jenis Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), dan dapat membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah kemiskinan dan pengangguran yang dewasa ini semakin memarok, Sesuai dengan data dari Data Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2014, porsi jumlah unit usaha kategori UMKM yang mencapai 99,99% dari total jumlah unit usaha di Indonesia. Peran UMKM terhadap penciptaan PDB nasional menurut harga berlaku tercatat sebesar Rp1.369,3 triliun atau 57,60%. (Data Perindustrian Profensi thn 2014)

Di samping itu, UMKM juga telah mampu menunjukkan kinerja yang baik pada masa krisis tahun 1997/1998. Pertumbuhan UMKM di Sulawesi Selatan terus menunjukkan peningkatan. Rata-rata pertumbuhan jumlah unit usaha kategori UMKM di Provinsi Sulawesi Selatan mencapai 3,5% sejak tahun 2005 hingga tahun 2012, Sementara itu kredit perbankan kepada UMKM di Sulawesi Selatan pada bulan Februari 2014 tumbuh sebesar 14,23%. Hal ini menunjukkan UMKM masih sangat potensial dalam menerima pembiayaan dari perbankan. Dalam upaya menjaga dan memelihara pertumbuhan UMKM di Sulawesi Selatan, berbagai aspek bisnis bekerjasama dengan pemerintah daerah baik provinsi dan Kab/Kota memberikan fasilitasi kepada UMKM. Bentuk fasilitasi tersebut antara lain :

1. Bantuan teknis

Bantuan teknis merupakan bentuk fasilitasi kepada masyarakat yang membutuhkan pelatihan dan informasi terkait UMKM. Hal ini terkait dalam pengembangan dan peluang bisnis usaha kecil menengah.

2. LPUMKM

LPUMKM merupakan lembaga yang dibentuk atas inisiasi Bank Indonesia dengan Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2008. Tujuan keberadaan lembaga ini adalah untuk meningkatkan profesionalisme pendamping UMKM sehingga dapat mempercepat akses layanan keuangan dari perbankan/lembaga keuangan dan sumber dana lainnya, dengan pendekatan menyeluruh, termasuk bidang pemasaran, produksi, dan penyediaan informasi tentang UMKM dan dari berbagai pihak yang terkait lainnya. LPUMKM berkantor di Dinas Koperasi Provinsi Sulawesi Selatan dan saat ini telah memiliki lebih kurang 50 orang pendamping UMKM yang tersebar di Kab/Kota se-Provinsi Sulawesi Selatan.

3. Pengembangan klaster

Memfasilitasi kegiatan UMKM dalam bentuk pola pengembangan usaha antara lain dalam bentuk pengembangan klaster. Pelaksanaan kegiatan fasilitasi tersebut melibatkan pemerintah daerah baik provinsi maupun Kab/Kota.

4. Program kewirausahaan

Sebagai upaya mendorong tumbuhnya wirausahawan dan wirausahawati baru, pemerintah berupaya mengimplementasikan program kewirausahaan dengan peserta sebanyak 14 orang di Provinsi Sulawesi Selatan. Program Penciptaan Wirausaha Baru diinisiasi sebagai salah satu bentuk kontribusi Pemerintah terhadap pemberdayaan sektor riil dan UMKM dalam rangka harmonisasi program pembangunan ekonomi pemerintah.

5. Bazaar UMKM

Dalam rangka mendorong UMKM dari sisi pemasaran, pemerintah secara aktif berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat maupun daerah. Bentuk fasilitasi pemerintah yang telah dilakukan adalah berpartisipasi dalam Produk Dalam Negeri (PDN) Expo dan Makassar Expo. Pada setiap event tersebut, Pemerintah memperkenalkan produk-produk UMKM yang telah mendapat pembinaan.

. Realita dan Prospek Bisnis Kuliner

Saat ini sudah banyak pedagang kuliner yang bermunculan baik itu yang berjualan di pinggir jalan ataupun dengan kios-kios sederhana. Sebagai contoh, pada bangunan sepanjang jalan poros menuju tiga (3) daerah peleton setiap harinya dari sore hingga larut malam banyak pedagang yang menjajakan makanannya di tempat tersebut. Adapula tempat wisata kuliner yang menawarkan aneka macam makanan dan minuman khas tradisional yang sudah legendaris yaitu pantai Losari sebagai contoh, tepatnya di Jl. Penghibur Kota Makassar Trade Center. Dengan maraknya pebisnis yang memilih untuk berbisnis di dunia kuliner serta banyaknya fasilitas-fasilitas publik dengan penunjang fasilitas kuliner ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner sangat menjanjikan mengingat selama manusia hidup selama itu pula manusia membutuhkan makanan.

C. Peluang Pengembangan UMKM dalam Bidang Kulineri Tradisional

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) makanan sebagai batasan pemilik dan pengelola produk kuliner yang akan diwadahi, Usaha Kecil dan Menengah yang sering disebut dengan istilah UKM merupakan pelaku penting dalam perekonomian suatu negara ataupun daerah tidak terkecuali di Indonesia. Sumbangannya pada Product Domestik Bruto (PDB) sebesar 56,7% dan dalam ekspor nonmigas sebesar 15%, mempunyai andil 99,6% dalam penyerapan tenaga kerja (Nawawi, Peran UKM Pada Perekonomian Nasional, Namun, dalam kenyataannya selama ini UKM kurang mendapatkan perhatian.

Dapat dikatakan bahwa kesadaran akan pentingnya UKM dapat dikatakan barulah muncul belakangan ini saja. Setidaknya terdapat tiga alasan yang mendasari negara berkembang belakangan ini memandang penting keberadaan UKM menurut beberapa ahli. Alasan pertama adalah karena kinerja UKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, sebagai salah satu elemen yang dinamis, UKM sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan alih teknologi. Ketiga adalah karena sering diyakini bahwa UKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar. Juga disebutkan bahwa usaha kecil dan usaha rumah tangga di Indonesia telah memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha, mendukung pendapatan rumah tangga, dan menggerakkan roda perekonomian.

Ketiga alasan yang dikemukakan di atas sangat relevan dalam konteks Indonesia yang juga terkena imbas krisis global (Nawawi, Peran UKM Pada Perekonomian Nasional. Belakangan ini banyak diungkapkan bahwa UKM memiliki peran penting bagi masyarakat di tengah krisis ekonomi global. Dengan didukungnya pengembangan UKM diyakini pula akan dapat dicapai pemulihan ekonomi global. Hal serupa juga berlaku bagi sektor informal. Usaha kecil sendiri pada dasarnya sebagian besar bersifat informal dan karena itu relatif mudah untuk dimasuki oleh pelaku-pelaku usaha yang baru. Pendapat mengenai peran UKM atau sektor informal tersebut ada benarnya setidaknya bila dikaitkan dengan perannya dalam meminimalkan dampak sosial dari krisis global khususnya persoalan pengangguran dan hilangnya penghasilan masyarakat.

UKM boleh dikatakan merupakan salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis global yakni dengan melibatkan diri dalam aktivitas usaha kecil terutama yang berkarakteristik informal. Dengan hal ini maka persoalan pengangguran sedikit banyak dapat tertolong dan implikasinya adalah juga dalam hal pendapatan. Bagaimana dengan anjloknya pendapatan masyarakat yang tentu saja mengurangi daya beli masyarakat terhadap produk- produk yang sebelumnya banyak disuplai oleh usaha berskala besar.

Untuk itu, dipilihlah UKM makanan yang terdiri atas usaha rumah makan, usaha catering maupun industri makanan sebagai batasan pemilik dan pengelola

produk kuliner yang akan diwadahi. Adapun cakupan daerahnya adalah UKM makanan Solo Raya, sebab memiliki kriteria dan permasalahan yang sama dengan UKM makanan di Jawa Tengah ataupun kriteria dan permasalahan UKM makanan secara nasional (Nawawi, Peran UKM Pada Perekonomian Nasional

Adapun UKM makanan terdiri dari pemilik atau pengelola rumah makan, catering dan industri makanan yang jumlah karyawannya 5-19 orang untuk usaha kecil dan 20-99 orang untuk usaha menengah se-Soloraya. Sedangkan jumlah pemilik atau pengelola UKM makanan di Soloraya adalah 15.171 orang . Sehingga kedepannya diharapkan, Wahana Wisata Kuliner ini mewadahi produk-produk makanan dari pemilik atau pengusaha UKM makanan se-Soloraya yang melibatkan masyarakat guna meminimalkan dampak sosial dari krisis global khususnya persoalan pengangguran dan hilangnya penghasilan masyarakat.

Dari beberapa penelusuran lapangan yang terjadi hampir tidak terbukti terlihat dari berkurangnya jumlah UMKM khususnya pada bidang kuliner Diawali dengan data dari Kabupaten Bulu kumba yang cenderung terlihat melesu dari tahun ketahun karena kurangnya minat dan kunjungan yang terjadi, kemudian dari hasil survey sebanyak 75 pelaku bisnis untuk keseluruhan memiliki karakteristik usaha dan permasalahan yang hampir sama dari setiap kabupaten seperti :

1. Diawali dari hasil survei pada Kabupaten Bulukumba:
 - a) model pengemasan yang cenderung terkesan hanya asal jadi dan sekedar terbungkus hal ini tergambar dalam pengolahan data terlampir yang besarannya sekitar 52 % tidak setuju, 48% setuju dari jumlah responden 25 pelaku usaha.
 - b) Dalam bentuk bantuan pembiayaan terasa sulit bagi para pengelola usaha dengan banyaknya birokrasi dengan banyaknya jalur administrasi yang mesti di miliki oleh pemohon permodalan dari para pelaku usaha hal ini dibuktikan dengan 72% tidak setuju, 4% ragu-ragu, 24% setuju, tanggapan dari 25 responden pelaku Usaha.
 - c) Tempat penjualan yang cenderung tersembunyi dan jauh dari daerah destinasi sehinggal menyulitkan para konsumen dalam memperolehnya hal tersebut terlihat dari respon sekitar 64% tidak setuju, 16% ragu-ragu, 20% setuju, dari 25 responden pelaku usaha tersebut.
 - d) Minat dari konsumen sangatlah kurang karena jenis kuliner tradisional kurang menarik dibandingkan dengan kuliner-kuliner pabrikan tergambar dengan tanggapan sekitar 52% setuju, 4% ragu-ragu, 44% setuju, dari 25 responden pelaku usaha tersebut.
 - e) Bagi pelaku bisnis perbandingan harga antara makanan kemasan tradisional dengan makanan kemasan pabrikan cukup mencolok karena beban untuk produksi pada makanan tradisional cukup tinggi karena dikelola secara

tradisional pula dapat terlihat dari besaran tanggapan responden sekitar 52% setuju, 8% ragu-ragu, 40% setuju, dari 25 responden pelaku usaha tersebut.

Haltersebut diatas sesuai dengan hasil penelitian dari (Pratiwi juniar achmad gani yogyakarta, universitas gadjah mada, 2013) “pengaruh kualitas produk wisata terhadap kepuasan dan motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara di kawasan tanjung bira, kabupaten bulukumba “ dengan hasil penelitian “Kawasan Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba memiliki potensi produk wisata yang sangat besar untuk dikembangkan. Akan tetapi, terciptanya image negative kawasan menyebabkan rendahnya kualitas produk kawasan yang di sisi lain terlihat peningkatan jumlah kunjungan dari tahun ke tahunnya. Peningkatan kualitas produk wisata diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan motivasi berkunjung kembali sehingga dapat menimbulkan efek langsung terhadap kawasan.”

Selanjutnya kabupaten Bone juga memiliki hal yang serupa dengan kabupaten bulukumba hal ini bias saja terjadi karena kabupaten bone bukan menjadi salah satu daerah kunjungan wisatawan pada propensi Sulawesi Selatan yang letak geografis dari daerahnya.

2. Selanjutnya Pada Kabupaten Bone :

- a) model pengemasan yang cenderung terkesan hanya asal jadi dan sekedar terbungkus hal ini tergambar dalam pengolahan data terlampir yang besarnya sekitar 55 % tidak setuju, 45% setuju dari jumlah responden 20 pelaku usaha.

- b) Dalam bentuk bantuan pembiayaan terasa sulit bagi para pengelola usaha dengan banyaknya birokrasi dengan banyaknya jalur administrasi yang mesti di miliki oleh pemohon permodalan dari para pelaku usaha hal ini dibuktikan dengan 45% tidak setuju, 10% ragu-ragu, 45% setuju, tanggapan dari 20 responden pelaku Usaha.
- c) Tempat penjualan yang cenderung tersembunyi dan jauh dari daerah destinasi sehingga menyulitkan para konsumen dalam memperolehnya hal tersebut terlihat dari respon sekitar 50% tidak setuju, 10% ragu-ragu, 40% setuju, dari 20 responden pelaku usaha tersebut.
- d) Minat dari konsumen sangatlah kurang karena jenis kuliner tradisional kurang menarik dibandingkan dengan kuliner-kuliner pabrikan tergambar dengan tanggapan sekitar 35% tidak setuju, 20% ragu-ragu, 45% setuju, dari 20 responden pelaku usaha tersebut.
- e) Bagi pelaku bisnis perbandingan harga antara makanan kemasan tradisional dengan makanan kemasan pabrikan cukup mencolok karena beban untuk produksi pada makanan tradisional cukup tinggi karena dikelola secara tradisional pula dapat terlihat dari besaran tanggapan responden sekitar 45% tidak setuju, 15% ragu-ragu, 40% setuju dari 20 responden pelaku usaha tersebut.

Adahal yang menarik dari Kabupaten are-pare soal pertumbuhan UMKM pada Kabupaten tersebut cenderung terlihat meningkat dari tahun ketahun hal ini dapat dimungkinkan karena Kabupaten Pare-pare merupakan salah satu pintu

gerbang perairan yang terdapat di kawasan Indonesia timur dan didukung dengan letak geografis daerah dimana kabupaten ini merupakan penghubung dengan Kabupaten lainnya, adapun gambaran survey dari Kabupaten Pare-pare :

3. Kabupaten Pare-Pare:

- a) model pengemasan yang cenderung terkesan hanya asal jadi dan sekedar terbungkus hal ini tergambar dalam pengolahan data terlampir yang besarnya sekitar 37 % tidak setuju, 13% ragu-ragu, 50% setuju dari jumlah responden 30 pelaku usaha.
- b) Dalam bentuk bantuan pembiayaan terasa sulit bagi para pengelola usaha dengan banyaknya birokrasi dengan banyaknya jalur administrasi yang mesti dimiliki oleh pemohon permodalan dari para pelaku usaha hal ini dibuktikan dengan 30% tidak setuju, 3% ragu-ragu, 67% setuju, tanggapan dari 30 responden pelaku Usaha.
- c) Tempat penjualan yang cenderung tersembunyi dan jauh dari daerah destinasi sehingga menyulitkan para konsumen dalam memperolehnya hal tersebut terlihat dari respon sekitar 43% tidak setuju, 7% ragu-ragu, 50% setuju, dari 30 responden pelaku usaha tersebut.
- d) Minat dari konsumen sangatlah kurang karena jenis kuliner tradisional kurang menarik dibandingkan dengan kuliner-kuliner pabrikan tergambar dengan tanggapan sekitar 30% setuju, 20% ragu-ragu, 50% setuju, dari 30 responden pelaku usaha tersebut.

- e) Bagi pelaku bisnis perbandingan harga antara makanan kemasan tradisional dengan makanan kemasan pabrikan cukup mencolok karena beban untuk produksi pada makanan tradisional cukup tinggi karena dikelola secara tradisional pula dapat terlihat dari besaran tanggapan responden sekitar 33% setuju, 7% ragu-ragu, 60% setuju, dari 30 responden pelaku usaha tersebut.

Permasalahan yang timbul pada ke 3(tiga) kabupaten tersebut juga sejalan dengan hasil survey dari Asian Development Bank (ADB, Bank Pembangunan Asia, 2015) pada dua daerah yang menjadi contoh di Provinsi Sulawesi Selatan, yaitu Kabupaten Bulukumba dan Kota Pare-Pare, ditemukan berbagai masalah yang menyebabkan Usaha Kecil Menengah (UKM) sulit berkembang. Masalah yang mendasar dihadapi UKM adalah keterbatasan informasi dan akses terhadap pasar, kesulitan permodalan, bahan baku, dan pemasaran barang jadi. Hal tersebut dikemukakan Edgar Rodrigues, ekonom senior ADB dari Manila. Edgar Rodrigues dengan hasil survei yang dilakukan timnya melalui seminar tentang usaha mengembangkan regulasi yang kondusif bagi dunia usaha di Sulsel.

Adapun hasil survei “contoh salah satu kendala perkembangan UKM. Di Bulukumba terdapat 73 persen dari usaha kecil yang membutuhkan kredit, tetapi hanya 9 persen yang dapat memperoleh kredit, meskipun 11 persen di antaranya pernah mengajukan kredit tetapi tetap tidak menerima.” UKM sulit mendapat kredit karena ketidakmampuan memenuhi persyaratan agunan dan legalitas, kerumitan birokrasi perbankan, dan tidak adanya hubungan dengan staf perbankan. Semua ini merupakan faktor kunci yang menyebabkan usaha kecil tidak dapat memperoleh

kredit.” Dalam hasil survey tersebut dikatakan, terbatasnya akses terhadap keuangan berkaitan erat dengan rendahnya tingkat formalisasi usaha. Hanya 30 persen dari responden memiliki legalitas pendaftaran usaha yang sederhana dan beberapa di antaranya malahan tidak memiliki legalitas usaha sama sekali.

Temuan di atas hampir sejalan dengan yang tim peneliti temukan dilapangan dan merupakan hasil dari rangkaian survei serta penelitian yang dilaksanakan oleh tim peneliti pada 75 responden UKM yang bergerak di subsektor makanan, serta instansi pemerintah di Bulukumba dan Pare-Pare. Survei dilakukan selama kurang lebih 6 bulan, tujuannya untuk memperkuat daya saing UKM Indonesia melalui penciptaan lingkungan yang kondusif untuk pengembangan usaha.

Selain dilakukan di Kabupaten Bulukumba dan Kota Pare-Pare, survei juga dilakukan di Kabupaten bantaeng, bone. Tujuannya memberikan perbandingan dan mencari data sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan pada saat pengolahan data yang menjadi hasil dari penelitian, dan juga dapat dijadikan refrensi lanjutan untuk penelitian selanjutnya.

Hal-hal yang berkaitan dengan yang mempengaruhi perkembangan UMKM yang merupakan hasil obsevasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Indikator internal sebagai berikut :

1.1. *Product* adalah suatu sifat yang complex, baik yang dapat diraba maupun yang tidak dapat di raba, dalam hal ini yang kurang mendapatkan pembinaan dalam pengembangan UMKM dari beberapa Kabupaten terkait yang menjadi Fokus

dalam penelitian ini adalah termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, dan pelayanan perusahaan yang diterima oleh konsumen untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. pada saat survey sangat jauh dari hal yang memuaskan dan terkesan asal jadi saja, hal ini pulah yang menjadi pemicu dalam ketik tertarik konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi hasil-hasil prodak yang ditawarkan oleh pelaku-pelaku UMKM.

Selanjutnya Produk secara keseluruhan merupakan indikator *tangible* dan *intangibile*:(a). *Tangible product* yaitu kualitas makanan, ukuran porsi makanan, keragaman menu, desain kemasan, kualitas peralatan dan kombinasi makanan dari hasil survey jauh dari apa yang sering kali di inginkan oleh konsumen dan cenderung terkesan hanyalah untuk pemenuhan dari kebutuhan saja tanpa memikirkan dalam hal pengembangannya; (b). *Intangible product* adalah kenyamanan suasana (atmosfir) dan citra prodak dari apa yang ditemukan oleh tim peneliti dilapangan sangatlah kurang terorganisir yang mana hal ini akan berpengaruh terhadap pengembangan berikutnya.

- 1.2. *Price* adalah tingkat harga jual produk makanan dan minuman termasuk pemberian diskon bagi tamu loyal (*repeater*) serta pemberlakuan *happy hours*. Harga yang fleksibel untuk memudahkan upaya pemasaran sering kali di abaikan oleh para pelalu UMKM dalam hal ini para wirasuastawan kecil dan menengah, karna bagi mereka dianggap tidak perlu karena dari kesimpulan pernyataan para pelaku merasa bahwa hal ini hanyalah proses yang natural saja tanpa perlu perencanaan.

1.3. *People* adalah para personil yang secara langsung ataupun tidak langsung menawarkan dan memperkenalkan makanan tradisional, dari hasil survey menggambarkan bahwa tidak terdapat perencanaan yang jelas tentang model dari penawaran atau mempromosikan prodak yang mereka tawarkan kepada konsumen baik itu berupa konsumen yang menjadi pengunjung pada Kabupaten Terkait atau konsumen local yang ingin mengkonsumsi dari hasil prodak.

1.4. *Promotion* merupakan popularitas atau tingkat pengenalan terhadap produk makanan tradisional yang ditawarkan baik melalui iklan pada media cetak atau elektronik, pramuwisata yang menyelenggarakan paket wisata ataupun pramusaji yang menawarkan selama dalam proses observasi dari pengamatan tidak terjadi dengan baik dan terkesan kurang menarik baik dari segi penawaran maupun dari segi pengetahuan terhadap prodak yang mereka akan pasarkan secara luas dan dalam upaya menggalai informasi lebih dalam tim peneliti terjun langsung dalam melihat dai lapangan model promosi sangatlah diluar perkiraan dengan apa yang dikatakan oleh teori hal tersebut karna kurang terlatihnya dan kurang sarana pelatihan untuk promosi prodak tersebut dan juga tidak sedikit dari pelaku usaha merasa hal tersebut tidaklah penting.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil survey dan pengolahan data yang di peroleh selama kegiatan penelitian tim peneliti merumuskan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada potensi kuliner tradisional di Sulawesi selatan dalam mengangkat perekonomian masyarakat menurun dan kurang menggairahkan bagi pelaku usaha kecil, usaha menengah, dan usaha rumah tangga di buktikan dengan hasil respon dari responden sebesar 57% tidak setuju, 7% ragu-ragu, dan 36% setuju untuk Kabupaten Bulukumba, lalu 46% tidak setuju, 9% ragu-ragu, dan 45% setuju untuk Kabupaten Bone, dan kemudian 36% tidak setuju, 8% ragu-ragu, dan 56% setuju untuk Kabupaten.
2. Peluang pengembangan ekonomi kreatif dalam bidang kuliner tradisional di Sulawesi selatan masalah dalam hasil survey dapat dikatakan meningkat di tahun 2011 sampai dengan 2012, sedangkan pada tahun 2014 terjadi penurunan untuk kabupaten Bulukumba dan Bone sementara untuk Kabupaten Pare-pare itu sendiri terjadi peningkatan walaupun tidak terlalu besar dari tahun ketahun.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas tim penulis dapat memberikan saran berupa hal-hal sebagai berikut :

1. Adapun saran yang dapat tim peneliti berikan berupa pelatihan, pengembangan, pengawasan dari pihak yang bertanggung jawab dan kemudahan penanaman modal bagi pelaku usaha seperti di bawah ini : lingkungan internal yaitu: produk (*product*), harga (*price*), manusia (*people*), dan promosi (*promotion*). Sedang variabel dari lingkungan eksternal yaitu: persaingan (*competition*), hukum dan peraturan pemerintah (*legislation and regulation*), teknologi (*technology*), dan situasi sosial budaya (*societal and cultural environtment*).
2. Peluang pengembangan ekonomi kreatif dalam bidang kuliner tradisional di Sulawesi selatan masihlah dapat dimungkinkan selama hal-hal yang seperti contoh salah satu kendala perkembangan UKM terdapat 73 persen dari usaha kecil yang membutuhkan kredit terpenuhi, UKM dapat dikatakan di buka peluang terhadap akses keuangan formalisasi usaha. Member peluang memiliki legalitas pendaftaran usaha yang sederhana.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Claire, 2010. "Bagai manan menumbuhkan Ekonomi kreatif di Tacoma"
Development, Bangkok : International Journal of culture and
Januari. Stiepari Yapari Aktripa Bandung.
jogjakarta
Jurnal bidang pengembangan kepariwisataan,
- Nurhayati, 2012. Pengembangan dan pengelolaan UMKM, Tirta Mutiara,
- Oda, 2012. The Opportunity of Creative Economiy Though Agricultur
paramita, Jakarta.
Penerapan Otonomi Daerah , Jurnal Pariwisata Vol 1 No. 2,
- Ritonga, Rahman. 1997. *Statistika untuk Penelitian Psikologi dan Penelitian*. Jakarta:
Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas
Tourism Research
- Sirtha, 1998. *Aspek Budaya Makanan Tradisional Sulawesi Selatan dalam Menunjang
Program Pariwisata dalam Dinamika Kebudayaan*. Denpasar: Lembaga
Penelitian Universitas Udayana Denpasar.
- Sparks, B., Bowen, J., Kleg, S. 2003. *Restaurant and The Tourist Market; International
Journal of Contenporary Hospitality Management; 2003; 15,1;*
ABI/AINFORM Global Griffith University, Gold Coast, Austlaia.
- Sulianto, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andy Offset
- Sugiyono, 2009. *Statistika Penelitian*. Alfabeta Bandung.
- Undang undang No. 31 Th 2000 tentang desain industri
- Undang undang no.5/1984 tentang Perindustrian
- Undang undang No.67 thn 1996 tentang penyelenggaraan kepariwisataan
- Undang undang No.9 Thn 1990 tentang Kepariwisataan

Lampiran

Quisioner

LEMBARAN KUISIONER

**PERANAN UMKM DALAM MENGEMBANGKAN KULINER
TRADISIONAL UNTUK EKONOMI MASYARAKAT DI
SULAWESI SELATAN**

PENELITIAN KELOMPOK

Oleh:

**Dr.H.Muhadjir Suni,M.Pd., dkk
Syahrial,S.Sos.,MAP.
Muhammad Musawantoro,S.Pd.,M.Pd**



AKADEMI PARIWISATA MAKASSAR

(2015)

Keterangan :

1. Kuisisioner ini sifatnya hanya sebagai alat ukur saja dan tidak dengan kepentingan yang lain atau untuk kepentingan yang dapat merugikan bagi responden yang membarikan respondennya
2. Tim kami akan menjaga kerahasiaan dari responden yang memberikan responnya
3. Respon yang terkumpul akan menjadi alat ukur setelah di lakukan pengkajian kesaesuaiannya

Variabel Potensi UMKM kuliner tradisional

No	Pertanyaan	penilaian				
		Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu - ragu	setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
1	Menurut anda perlukah sebuah usaha kecil khususnya kuliner tradisional memiliki sumberdaya manusia yang professional pada bidangnya atau sesuai dengan prodaknya					
2	Apakah kualitas bahan baku yang baik dan mudah didapatkan perlu di jaga bagi usaha kecil khususnya kuliner tradisional					
3	Pakah usaha kecil khususnya kuliner tradisional perlu memiliki peralatan yang standar sesuai dengan kebutuhan prodak					
4	Perlukah pemodaln usaha kecil khususnya kuliner tradisional dibantu oleh pemerintah yang menagani seperti koperasi atau bang perkreditan rakyat					
5	Apakah menurut anda perlukah tempat yang khusus dalam memasarkan prodak kecil untuk makanan tradisional					
6	Apakah menurut anda perlu dilakukan pembinaan bagi pengusa kecil pada bidang kuliner tradisional					
7	Perlukah dilakukan pengawasan secara berkala bagi pengusaha kecil khususnya pada peningkatan produksi kuliner tradisional					
8	Apakah menurut anda apabila usaha kecil berkembang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat atau membantu ekonomi anda sendiri					
9	Apakah menurut anda diperlukan tenaga khusus dalam memasarkan prodak khususnya usaha kuliner tradisional					

Variabel Peluang peningkatan UMKM Kuliner tradisional

No	Pertanyaan	penilaian				
		Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu - ragu	setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
1	Menurut anda apakah ada di lakukan penanganan khusus untuk mengembangkan usaha kecil oleh pemerintah daerah					
2	Apakah perna di lakukan sosialisasi seperti kebijakan pemerintah daerah dalam membantu usaha kecil					
3	Apakah menurut anda ada perhatian pemerintah daerah dalam pelatihan yang lebih baik terhadap kemas dalam memasarkan prodak usaha anda					
4	Apakah menurut anda perlu melakukan perhatian yang lebih baik terhadap cita rasa dalam memasarkan prodak usaha anda dan ada semacam perhatian dari pemerintah daerah					
5	Apakah menurut anda harga juga menjadi salah satu factor yang perlu dipertimbangkan dalam memasarkan dan perlu ada bimbingan dalam hal ini pemerintah daerah					
6	Apakah menurut anda perlu dilakukan pembinaan bagi pengusaha kecil pada bidang kuliner tradisional dalam bagai mana dalam pengemasan yang baik					
7	Perluakah dilakukan pengawasan secara berkala bagi pengusaha kecil khususnya pada pengelolaan produksi kuliner tradisional dan seringkali dilakukan oleh pemerintahan daerah					
8	Apakah menurut anda produk kuliner tradisional yang di kelolah dengan baik dapat menarik minat masyarakat untuk meningkatkan perekonomiannya					
9	Apakah menurut anda bahwa kuliner tradisional dapat menjadi salah satu daya tarik untuk berkunjung di daerah anda dengan bantuan permodalan dari pemerintahan					

Variabel Peluang Peningkatan UMKM	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	Persentasi responden	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	
	1	2	3	4	5	% dari 25	2	3	4	
Menurut anda apakah ada di lakukan penanganan khusus untuk mengembangkan usaha kecil oleh pemerintah daerah		16	4	5			64%	16%	20%	100%
Apakah pernah di lakukan sosialisasi seperti kebijakan pemerintah daerah dalam membantu usaha kecil		20	2	3			80%	8%	12%	100%
Apakah menurut anda ada perhatian pemerintah daerah dalam pelatihan yang lebih baik terhadap kemas dalam memasarkan prodak usaha anda		13		12			52%	0%	48%	100%
Apakah menurut anda perlu melakukan perhatian yang lebih baik terhadap cita rasa dalam memasarkan prodak usaha anda dan ada semacam perhatian dari pemerintah daerah		12	4	9			48%	16%	36%	100%
Apakah menurut anda harga juga menjadi salah satu factor yang perlu dipertimbangkan dalam memasarkan dan perlu ada bimbingan dalam hal ini pemerintah daerah		13	2	10			52%	8%	40%	100%
Apakah menurut anda perlu dilakukan pembinaan bagi pengusaha kecil pada bidang kuliner tradisional dalam bagai mana dalam pengemasan yang baik		10	1	14			40%	4%	56%	100%

Perluah dilakukan pengawasan secara berkala bagi pengusaha kecil khususnya pada pengelolaan produksi kuliner tradisional dan seringkali dilakukan oleh pemerintahan daerah											
		14		11				56%	0%	44%	100%
Apakah menurut anda produk kuliner tradisional yang di kelolah dengan baik dapat menarik minat masyarakat untuk meningkatkan perekonomiannya											
		13	1	11				52%	4%	44%	100%
Apakah menurut anda bahwa kuliner tradisional dapat menjadi salah satu daya tarik untuk berkunjung di daerah anda dengan bantuan permodalan dari pemerintahan											
		9	1	15				36%	4%	60%	100%